

Das Café als Erlebnisort

Während die Branche ächzt, etabliert sich Bio-Kaiser

VON THOMAS STILLBAUER

Die Kundschaft kommt schon seit ein paar Tagen herein, die offizielle Eröffnung ist aber erst am Donnerstag: Auf der Berger Straße, am Frankfurter Merianplatz, hat die Bio-Kaiser GmbH ihre nächste Filiale fertiggestellt, die sechste in Frankfurt, wenn wir richtig gezählt haben. Hinzu kommen um die 170 Läden in Orten mit Postleitzahlen von 3 bis 7 vorn, in denen die Backwaren des Unternehmens verkauft werden, vom Café an der Ecke bis zum Supermarkt.

Brot geht halt immer, essen muss der Mensch. Aber geht es zurzeit gut? Und wo geht es gut? „Die kleinen Bäcker leiden jetzt gerade, die Großbäckereien nicht“, sagt Geschäftsführer Volker Schmidt-Skories. Das liege unter anderem daran, dass Tarifierhöhungen besonders die Familienbetriebe trafen: „Wenn die Personalkosten mittlerweile in Richtung 50 Prozent gehen, dann drückt das den Ertrag deutlich.“ Zudem leide die Branche darunter, dass es schwer geworden sei, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden: „Alle suchen Azubis.“

Die Zahlen der Industrie- und Handelskammer Frankfurt weisen für die vergangenen fünf Jahre einen klaren Rückgang an Betrieben aus, die Backwaren herstellen – aber insgesamt keinen nennenswerten Rückgang der Umsätze. Das stützt, was die Handwerkskammer sagt (siehe Interview). Und zeigt den Trend hin zum günstigeren Angebot bei allgemein steigenden Preisen. „Der Verdrängungswettbewerb innerhalb der Branche ist ausgeprägt“, urteilt die IHK.

Aber das Konzept „billiger“ ist nicht die Allzweckwaffe – die Variante „besser“ hilft oft nachhaltiger. Schmidt-Skories hat die 1976 aus der Sponti-Bewegung entstandene Firma zur Blüte geführt. Nach den schwierigen 1990er Jahren, der „Geiz-ist-



Bio-Kaiser-Chef Volker Schmidt-Skories (rechts) und Künstler Daniel Hartlaub.

MONIKA MÜLLER

geil“-Zeit, als die Discounter mit ihren Backautomaten billiges Brot auf den Markt schoben, konsolidierte er den in Mainz-Kastel ansässigen Bio-Kaiser nicht nur. „Wir wollen Wirtschaft ein Stück anders leben und auch sozial-ökologisch Verantwortung übernehmen“, sagt Schmidt-Skories. Das macht er mit Bio-Zutaten fürs Brot, durch Investitionen in Umwelt, Soziales, Entwicklungshilfeprojekte.

Start-ups und Speeddating

Und mit Kultur und demokratischem Diskurs – das stärkt den Ruf der Marke. Die Filiale am Merianplatz hat der Künstler Daniel Hartlaub gestaltet. Sie bietet nicht nur Platz für den Brotkauf und die Tasse Kaffee im Sitzen; sie soll auch Raum für Gespräche und Veranstaltungen sein. Demnächst kommt ARD-Wetterfrau Claudia Kleinert, außerdem stellen sich nachhaltige Start-ups vor. Unter dem Motto Perspektivwechsel sollen Kundinnen und Kunden mal hinterm Tresen stehen dürfen, es gibt ein „Speeddating“ zu gesellschaftlichen Themen und sogar ein

Frankfurter Nobelpreisträger hat sich für den Besuch im Nordend angekündigt.

Ist das nötig, um als Lebensmittelbetrieb überlebensfähig zu sein? Nicht unbedingt, sagt Schmidt-Skories. „Aber uns geht es hier nicht nur um Brot als Kulturgut. Wir wollen mehr tun – dafür organisieren wir die Bürgertalks in der Filiale.“ Farbe bekommt der Betrieb auch außerhalb. Ein Großteil der 370 Kaiser-Kolleginnen und -Kollegen sei bei den Demonstrationen gegen Rechtsextremismus gewesen, sagt der Chef.

Jede Kaiser-Filiale soll ihre eigene Identität bekommen, ob auf dem Oeder Weg, am Riedberg, auf der Kaiserstraße – Nomen est Omen – oder am Merianplatz. Dort hat der Künstler Daniel Hartlaub eine Art begehbares Kunstwerk geschaffen, ein Wandbild, auf dem unter anderem die Tänzerin Kenedy Kallas zu sehen ist. Auch sie wird demnächst für eine Performance im Café erwartet.

Die Kultur soll Nordendpublikum binden. Die Geschäftspolitik mit fairen Preisen für die Erzeuger und fairen Gehältern fürs Personal soll ein Übriges dazu beitragen. Über Mangel an Ausbildungsbewerbungen könne er sich nicht beklagen, sagt Schmidt-Skories. Die acht Leute im Merianplatz-Team stammten aus acht Nationen, der Geschäftserlös werde aufgeteilt: 100 000 Euro jährlich gingen an soziale Projekte, 200 000 bis 300 000 an die Landwirtschaftsbetriebe, 400 000 bis 800 000 Euro gar ans Personal, je nach Gewinn.

Der ist im vergangenen Jahr etwas niedriger gewesen, der Gewinn. Die üblichen vier bis fünf Prozent Rendite habe Bio-Kaiser 2023 nicht geschafft. „Die Deutschen gucken viel auf Lebensmittelpreise, mehr als die Österreicher zum Beispiel“, sagt Schmidt-Skories. In 20 Jahren, träumt er, sollen seine Bäckereifilialen nicht nur für Brotbelange relevant sein, sondern auch als Kunstgalerien. „Ich bin ja so ein Spinner. Ich stelle mir vor, dass die Leute dann sagen: Gehen wir erst ins Stadel oder erst zum Kaiser?“



esambrötchen.

ROLF OESER